

# 提振汽车消费 国务院鼓励各地增加号牌指标

北京商报讯(记者 陶凤 王晨婷)11月18日,国务院总理李克强主持召开国务院常务会议,部署提振大宗消费重点消费和促进释放农村消费潜力,鼓励各地增加号牌指标投放。

会议指出,今年消费遭受疫情严重冲击,恢复正常增长有不少困难。要按照党中央、国务院部署,实施扩大内需战略,进一步促进消费。首先要扩大汽车消费。鼓励各地增加号牌指标投放。开展新一轮汽车下乡和以旧换新,鼓励有条件的地区对农村居民购买3.5吨及以下货车、1.6升及以下排量乘用车,对居民淘汰国三及以下排放标准汽车并购买新车给予补贴。

近来,全国各汽车限购城市的限购政策都有不同程度的松动。中国目前有9个城市提出了汽车限购政策,受需求和市场影响,广州市、深圳市、海南省和贵阳市4个省市自去年开始放宽指标或取消限购。

今年疫情期间,增加指标以鼓励汽车消费的政策频频推出。3月13日,国家发改委、商务部等23个部门向各省市联合发布《关于促进消费扩容提质 加快形成强大国内市场的实施意见》,提出要促进汽车限购向引导使用政策转变,鼓励汽车限购地区适当增加汽车号牌限额。

如北京在今年8月一次性增发2万个新能源小客车指标,并全部向“无车家庭”配置;上海市宣布自今年3月起到底,将在原

- **2019年5月**  
商务部等3部门共同举行二手车出口专题会议,正式启动二手车出口工作。北京、天津、上海等10省市成为首批业务开展地区。
- **2020年3月13日**  
国家发改委、商务部等23个部门向各省市联合发布《关于促进消费扩容提质 加快形成强大国内市场的实施意见》,提出要促进汽车限购向引导使用政策转变,鼓励汽车限购地区适当增加汽车号牌限额。
- **2020年3月起到底**  
上海在原有年度计划基础上新增4万个非营业性客车牌照额度投放数量。
- **2020年8月**  
北京一次性增发2万个新能源小客车指标,并全部向“无车家庭”配置。



部分鼓励汽车消费政策一览

有年度计划基础上新增4万个非营业性客车牌照额度投放数量。

在号牌指标投放增加之外,进一步提升汽车消费潜力也有赖于新市场的挖掘。在3月31日召开的国常会上也提到,中央财政采取以奖代补,支持京津冀等重点地区淘汰国三及以下排放标准柴油货车;并对二手车经销企业销售旧车,从5月1日至2023年底减按销售额0.5%征收增值税。

“目前现存的国三车已经不是特别多,对于一些大型的载货、载客汽车来说还是利好的。通过国三的淘汰,同时鼓励国六的升级,带动汽车消费和国六市占率的提升。”国泰君安汽车分析师石金漫告诉北京商报记者。

值得一提的是,二手车市场近两年处于快速发展阶段,但整个市场相对仍较小,存在较大潜力。二手车出口业务的开展也已提上日程。去年5月,商务部等3部门共同举行二手车出口专题会议,正式启动二手车出口工作。北京、天津、上海等10省市成为首批业务开展地区。近期国办发布的《关于推进对外贸易创新发展的实施意见》中也提到了积极推进二手车出口。

“中国是世界上汽车产销量最大的国家,目前国内汽车市场已进入逐步饱和的缓慢增长期,但整体保有量仍有较大增长空间,未来淘汰置换二手车规模持续增长将成必然。”商务部研究院国际市场研究所副所

长白明告诉北京商报记者,二手车出口是一个非常值得尝试的方向。对于国内汽车市场来说,重要的就是消费更新,完善二手车回收机制,形成汽车消费产业的循环。淘汰下来的二手车修理之后可以再出口向一些发展中国家。

同时,国常会也提到促进家电家具家装消费。鼓励地方对淘汰旧家电家具并购买绿色智能家电、环保家具给予补贴;同时提振餐饮消费,鼓励餐饮企业提升菜品、创新经营。支持推介优质特色饮食;并以扩大县域乡镇消费为抓手带动农村消费,加强县域乡镇商贸设施和到村物流站点建设。打击假冒伪劣,优化农村消费环境。

## ·相关新闻·

### 智慧旅游景区获明确支持

北京商报讯(记者 肖玮)为促进常态化疫情防控下旅游业健康发展,国务院总理李克强11月18日主持召开的国务院常务会议上,确定了支持“互联网+旅游”发展的措施。

会议指出,旅游消费潜力巨大,所以在支持“互联网+旅游”措施中明确,支持建设智慧旅游景区,普及电子地图、语音导览等服务,打造特色景区数字展览馆等,推动道路、旅游厕所等数字化建设;鼓励景区加大线上营销力度,引导云旅游等新业态发展,出台规范发展互联网+旅游民宿的措施,但为老年人等特殊群体保留线下服务;完善包容审慎监管,加强旅游安全监测和线上投诉处理,打击坑蒙拐骗等。

“近几年来,旅游行业一直在推进线上线下的融合发展,而今年的疫情更让景区数字化转型提速。”尚游汇文旅董事长钟晖在接受北京商报记者采访时表示:“此次相关扶持政策确定后,将成为文旅目的地加深与互联网合作的契机和风口。”他进一步分析,今年,受疫情影响,越来越多的景区、公园开通了线上预约、购票等服务,由此也拥有了信息数据采集渠道,为开展用户运营打下基础。

在钟晖看来,当景区、公园掌握游客的消费大数据后就能更加精细化运营,有针对性地打造新消费场景,比如亲子活动、夜游等,甚至有了试水粉丝经济、会员经济的“底气”。

## X 西街观察 Xijie observation

### 长租公寓的“壳”要破了吗

陶凤

“蛋壳”要破了吗?

这个当下蛋壳不愿意回答的问题,或是接下来长租公寓市场必须直面的问题。连日来,蛋壳深陷“爆雷”“跑路”风波,引发公司股价震荡,长租公寓市场风声鹤唳。

危险的气息,在时间和地域上都早有征兆。年初,因为免租的矛盾,蛋壳与业主的矛盾开始暴露。随后,公司风波不断,资本市场新秀变得起伏不定。赴美上市的长租公寓公司青客公寓也被曝出资金周转困难,甚至险些关门。长租公寓爆雷频发于多个城市之际,整个行业已是鸡飞狗跳。

长租公寓有一套自己的运营逻辑。“高付”租金给业主,再以“低价”给租客,这一模式看似违背“低买高卖”的市场规律,却在长租公寓市场成为基本操作。若要维持资金链,只能“长收”租客一年的租金,再按月“短付”给房东,利用时间差周转资金。

而租客租金又多来自于租金贷等金融产品,提供租金贷的贷款公司通常不是正规银行,有些是网贷公司或非正规金融机构,利用租户信用借贷搭建资金池,放大了风险。这种玩法的长租公寓,更像是罩在房地产外壳下的资本游戏。而时间和金钱之间,往往争分夺秒,危险藏在顷刻之间。

疫情可能是击垮资金链的稻草。但无论疫情存在与否,长租公寓的脚上一直绑着“雷”。在业内,长租公寓模式一直争议很大,房地产大佬们各执一词。几年之间,嘴仗不断,争吵不休。潘石屹直言“这个生意是亏的”,王石力挺,冯仑态度谨慎,他表示要看租金水平也要看房地产金融产品创新。从实际行动看,万科、龙湖等龙头企业则接连布局,中介系、酒店系、创业系,长租公寓市场争夺战愈演愈烈。

楼市迈入存量房时代,“租售并举”的政策背景下,租房改革政策频出,房企将租赁看作“楼市下半场”的入口。各路势力争相进入租赁市场,长租公寓顺势站上风口,火热看似有章可循,又难掩一厢情愿。

资本上头,往往就剩下速度与激情了。跑马圈地,上车占坑,借助租金贷疯狂收房、极速扩张之后,有事就不是自己说了算。在遭遇市场风险和变动的情况下,仍要按约定缴纳租金,巨大的经营压力之下,再火的市场都会遇到最冷的结局。

微利行业,需要细耕慢做,放长线看远期。长租公寓在市场前期需要重资本投入,如何利用金融工具,解决资金沉淀、回报周期长以及现金流需求,监管如何介入,既要管住钱又要给予金融支持,是置身其中各方要解决的当务之急。

脆弱的壳,还打不了长期的仗。

## 新法征求意见期满 个人信息保护如何防“内鬼”

圆通“内鬼”勾结不法分子,40万条个人信息泄露,舆论哗然的同时,也再次点燃了社会关于个人信息保护的焦虑。巧合的是,11月19日正是《个人信息保护法(草案)》公开征求意见截止日期,而这也是首部专门规定个人信息保护的专门法律。11月18日,国家邮政局回应称,“一直非常重视个人信息保护,对于信息泄露等问题态度一直非常明确,一切以此前公布的政策、表态为准”。

圆通“内鬼”事件并非侵权孤例。近年来,随着互联网发展,个人信息侵权案屡禁不止。业内指出,身处大数据红利时代,个人信息保护并非无法可依,但想要真正平衡企业和个人权益的天平,不仅需要实操性更强的法律依据,也需要对“个人信息”的明确界定和划分,而企业端立行整改也不应是说说而已。

### 当事人难知情

根据圆通发布的信息显示,今年7月底,公司总部实时运行的风控系统监测到圆通速递河北省区下属加盟网点有两个账号存在非该网点运单信息的异常查询,判断为明显的异常操作。经多方调查发现,疑似有加盟网点个别员工与外部不法分子勾结,利用员工账号和第三方非法工具窃取运单信息,导致信息外泄。当前,相关犯罪嫌疑人已于9月落网。

事实上,圆通此次泄密并非首犯。2013年10月,有媒体曝出近百万条圆通快递单个人信息网上可购,单号数据24小时滚动刷新;2018年7月-2019年5月间,嫌疑人利用爬虫软件从圆通公司网站非法窃取公司快件信息并获利100万元。

回顾圆通事件仅是管中窥豹。随着互联网时代大数据普及,近年来个人信息侵权案件也以几何倍数增长。2018年末,北京市朝阳区法院曾披露数据,据不完全统计,过去15年间朝阳区法院共受理公民个人信息民事侵权案件74件,其中近两年即2013-2017年案件总量为38件,占比达到51.4%。就在10月26日,工业和信息化部向社会通报了131家存在侵害用户权益行为App企业的名单,部分软件违规收集和使用个人信息。

值得关注的是,多位律师指出,从当前侵权案例来看,媒体曝光前,作为信息处理者并未及时履行信息侵权后的告知义务,这也为日后埋下隐患。试想如果圆通事件中未经媒体披露,被侵权者又如何及时获悉自己信息被出售

或披露?卓纬律师事务所合伙人孙志峰表示,智能时代保护个人信息安全最大的难点在于识别和举证,企业具有技术和识别能力,使得双方处于不对称的情形,个人举证和侵权论证更无从谈起。

然而,不论是2017年落地的《中华人民共和国网络安全法》还是当前公开征求意见的《个人信息保护法(草案)》,均对个人信息处理者告知义务作出明确。其中《个人信息保护法(草案)》第五十五条规定,个人信息处理者发现个人信息泄露的,应当立即采取补救措施,并通知履行个人信息保护职责的部门和个人。通知内容应当包含泄露原因、可能造成的危害、已采取的补救措施、可采取的减轻危害的措施以及个人信息处理者的联系方式。

“但从实际义务履行情况来看,当个人信息被泄露后,信息处理者一般并不会第一时间主动通知被侵权者和相关部门并说明可能引起的权益损害;而在不通知的情况下,市场监管部门也不会进行处罚;此外,虽然刑法也规定,违反国家有关规定,向他人出售或者提供公民个人信息,情节严重的,处三年以下有期徒刑或者拘役,并处或者单处罚金。但关于如何界定被侵权者的损失也是一个问题。”宁人律师事务所金融与科技委员会副主任马军表示。

### 提倡“先保护再利用”

“其实,我们对于侵犯个人信息的案件并非无法可依。”孙志峰指出。例如《民法总则》第111条明确规定个人信息受法律保护,任何组织和个人不得

非法收集、使用、加工、传输他人个人信息,不得非法买卖、提供或公开他人的个人信息;《网络安全法》等法律也有保护个人信息的专门条款;《刑法》则将严重侵犯公民个人信息的行为列为刑事犯罪,予以严惩;而《民法典》更是将个人信息作为人格权项下的新型人格利益予以保护。

在这种情况下,侵权案件仍屡禁不止,问题出在哪里?马军分析指出,当前国家对于个人信息的立法基调是“保护+利用”。欧盟对于个人信息使用的要求是非常严格的,而美国则相对灵活宽松,更强调信息的灵活使用。考虑到需要为立法保留空间,我们想要走第三条道路,既保护又利用。这就带来另一个问题,现行法规尚不完善,违法成本低但维权成本高。”

在此基础上,马军道出当前个人信息保护立法的现状,行政法规仍待细化。以《个人信息保护法(草案)》为例,其更多延续了《网络安全法》内容,并未有太大实质性突破,导致现在利用给企业带来了价值,个人信息权利主体却要自己掏腰包去打官司,赔偿还不够诉讼费用,所以利益保护是失衡的。因此提倡先保护再利用,而不是出现了问题直接定性;同时,需要制度和法律同时配备,强调日常维护。”

“如果圆通事件发生在欧洲,按照欧盟《通用数据保护条例(GDPR)》规定,涉事公司或面临上一年度4%营业额的罚款。例如,此前万豪酒店因泄露3亿多客人信息,被英国ICO处以1840万英镑(约合人民币1.6亿元)罚款。我国《个人信息保护法(草案)》也提到了对类似事件罚款可以高达5%。这也再次证明我

国目前急需出台《个人信息保护法》。”北京斐石律师事务所管理合伙人周照峰说。

### “个人信息”范围仍待细分

11月19日是《个人信息保护法(草案)》的公开征求意见截止日期,作为首部专门规定个人信息保护的专门法律,其在正式出台后,将成为个人信息保护领域的“基本法”。马军指出,《个人信息保护法(草案)》需“粗细结合”,对于实践中正在探索的条款可以原则一些,而对于实践中圆通这种错误,立法层面则需更加全面且具有实操性。

然而,在立法层面外,在执法过程中,对于“个人信息”的界定也备受关注。据前述朝阳区法院统计,截至2018年末,在其审理的个人信息侵权案中,手机号、家庭住址是侵权重点。从诉求中涉及的信息内容看,原告诉求涉及同时侵害多个信息的情况较为普遍。

这意味着,在一个案件中原告主张同时侵害了姓名、身份证号、病历信息、工作单位及履历等多重信息。其中,原告诉求主张涉及侵害三种及以上信息的案件数量共计45件,约占此类案件总数的60.8%。

“如何定义个人信息并作出分类”也是《个人信息保护法(草案)》公开征集意见后的一大关注重点。北京德和衡(上海)律师事务所高级联席合伙人陈国■及执业律师范思佳指出,按照《个人信息保护法(草案)》第四条的规定,个人信息是以电子或者其他方式记录的已识别或者可识别的自然人有关的各种信息,不包括匿名化处理后的信息。《个人信息保护法(草案)》中对于个人信息定义的内涵虽明确,但对于“已识别”或者“可识别”的外延规定则相对模糊。

前述机构认为,个人信息作为一个相对抽象的概念,立法者有必要列举个人信息的种类、类型以及表现形式,并进一步界定和确定个人信息的具体范围。仅从信息可能存在的途径,即收集、储存、使用、加工、传输、提供、公开等活动,来确定个人信息的范围过于宽泛,希望在正式发布的条文中有更详细的规定。北京商报记者 陶凤 刘瀚琳